

บทที่ 7

สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “กระบวนการผลิตเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณาขนมขบเคี้ยวที่คัดสรร” เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจากผู้ผลิตเพลงโดยตรง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการผลิตเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณา บริษัทผู้รับผลิตเพลงโฆษณา ขนมขบเคี้ยวที่คัดสรร 3 ประเภท ที่เป็นผู้นำทางการตลาดมียอดขายสูงได้รับความนิยมน้อยกว่าหลาย ได้แก่ 1.มันฝรั่งทอดกรอบ ตรา เลย์ กลิ่น หอยเชลล์อบเนยกระเทียม 2.คุกกี้ ตรา โอรีโอ้ ภาษาไทย 3.เลเยอร์เค้ก ตรา เอลเซ่ รสวานิลลา ว่ามีลักษณะอย่างไร มีความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร

ผลการศึกษาพบว่า เพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณาขนมขบเคี้ยวที่คัดสรรมีลักษณะเหมือนกัน คือเป็นเพลงโฆษณาประเภท จิงเกิ้ล(Jingle) โดยเป็นเพลงที่แต่งขึ้นใหม่เพื่อสินค้าชิ้นๆ โดยเฉพาะ มีความยาว 30 วินาที และมีลักษณะกระบวนการผลิตแตกต่างกัน

เพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณา มันฝรั่งทอดกรอบ ตรา เลย์ กลิ่นหอยเชลล์อบเนยกระเทียม เป็นเพลงต้นฉบับ(Original) แต่งเนื้อร้องและทำนองขึ้นมาใหม่ มีขั้นตอนการผลิต 11 ขั้นตอน มีวิธีการสร้างเพลง 4 ข้อ ใช้แนวดนตรี Hip-Hop เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายวัยรุ่น ขับร้องเพลงและแสดงภาพยนตร์โฆษณาโดย 2 นักแสดงชื่อดัง ณเดช คูมิยะและอู๋สยา เสปอร์บันด์

เพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณา คุกกี้ ตรา โอรีโอ้ เป็นเพลงประยุกต์(Applied) ใช้ทำนองเพลงโฆษณา ฉบับภาษาอังกฤษ แล้วแต่งเนื้อร้องภาษาไทยขึ้นมาใหม่ มีขั้นตอนการผลิต 7 ขั้นตอน มีวิธีการสร้างเพลง 3 ข้อ โดยส่งต่องานขั้นตอนการบันทึกเสียงและการผสมเสียงให้บริษัทภายนอกรับผิดชอบต่อ ใช้แนวดนตรีElectro-Pop เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายเด็ก-วัยรุ่นตอนต้น นำเสนอภาพยนตร์โฆษณาในรูปแบบแอนิเมชัน

เพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณา เลเยอร์เค้ก ตรา เอลเซ่ รสวานิลลา เป็นเพลงประยุกต์(Applied) ใช้ทำนองเพลงลูกทุ่งชื่อดังแล้วแต่งเนื้อร้องขึ้นมาใหม่ เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายคนต่างจังหวัด มีขั้นตอนการผลิต 10 ขั้นตอน มีวิธีการสร้างเพลง 6 ข้อ โดยส่งต่องานในขั้นตอนการ

เรียบเรียงเสียงประสาน การบันทึกเสียงและการผสมเสียงให้บริษัทภายนอกรับผิดชอบต่อ นำเสนอภาพยนตร์โฆษณาโดยการใช้นักแสดง Copy Show นักร้องลูกทุ่งชื่อดัง

อภิปรายผลการศึกษาและข้อเสนอแนะทั่วไป

จากการศึกษาพบว่ากระบวนการผลิตเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณา มันฝรั่งทอดกรอบ ตรา เลย์ กลิ่นหอยเชลล์อบเนยกระเทียม คุณก็ ตรา โอรีโอ้ และเลย์เออร์เค้ก ตรา เอลเซ่ รสวานิลลา มีขั้นตอนการทำงานที่แตกต่างกัน ในแต่ละขั้นตอนการผลิตมีรายละเอียดที่สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง “กระบวนการสร้างสรรค์เพลงและเสียงประกอบภาพยนตร์โฆษณาที่ออกอากาศทางโทรทัศน์” ของคุณพรชัย ยาท่วม ดังนี้

1. ขั้นตอนการรับงานจากลูกค้า

1.1 การประสานงานระหว่างบริษัทเจ้าของสินค้าและบริษัทผู้ผลิตเพลง

ในขั้นตอนนี้แต่ละบริษัทมีวิธีการประสานงานเพื่อรับงานจากบริษัทลูกค้าที่แตกต่างกัน บริษัท ไทเทเนียม เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ผู้ผลิตเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณา มันฝรั่งทอดกรอบ ตรา เลย์ กลิ่น หอยเชลล์อบเนยกระเทียม ประสานงานผ่านผู้จัดการส่วนตัว ศิลปิน วงไทเทเนียม เนื่องจากบริษัทอยู่ในรูปแบบของค่ายเพลง บริษัท เอฟซีบี กรุงเทพ จำกัด ผู้ผลิตเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณา คุณก็ ตรา โอรีโอ้ เวอร์ชันภาษาไทย และ บริษัท เมเจอร์ เอ็ดเวอร์ไทซ์ จำกัด ผู้ผลิตเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณา เลเยอร์เค้ก ตรา เอลเซ่ รสวานิลลา จะประสานงานฝ่ายประชาสัมพันธ์ ซึ่งฝ่ายประชาสัมพันธ์จะทำหน้าที่ประสานต่อมาทางฝ่ายบริหารงานลูกค้า(AE หรือ Account Executive) ของบริษัท เนื่องจากบริษัทอยู่ในรูปแบบของบริษัทตัวแทนโฆษณา(Agency) ผู้วิจัยมีความเห็นว่าขั้นตอนการประสานงานมีความสำคัญมาก เพราะถ้ามีการประสานงานที่ดีรับทราบรายละเอียดของสินค้าชัดเจน จะสามารถวางแผนการทำงานได้ดี ทำให้ขั้นตอนในการทำงานอื่นๆ สะดวก รวดเร็ว และไม่มีปัญหาใด ส่งผลให้ทีมงานสามารถสร้างสรรค์ผลงานเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณาได้สมบูรณ์ตรงตามความต้องการและประสบความสำเร็จมากขึ้น

1.2 การประชุมงาน

ขั้นตอนการนี้ปรากฏแค่ 2 บริษัท สำหรับบริษัทเอฟซีบี กรุงเทพ จำกัด ไม่มีการประชุม เนื่องจากเป็นการทำงานโดยคนเดียว ทั้ง 3 บริษัทพิจารณาโครงสร้างเพลงตามความต้องการของบริษัทลูกค้าเป็นหลัก โดยคำนึงถึง สินค้า กลุ่มเป้าหมาย จากเรื่องราวของภาพยนตร์โฆษณาเพื่อให้ทราบและเกิดความเข้าใจเพลงที่ออกมาจะได้สัมพันธ์กัน

1.3 การจัดสรรหน้าที่บุคลากรฝ่ายสร้างสรรค์เพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณา

การจัดสรรหน้าที่บุคลากรฝ่ายสร้างสรรค์มีตำแหน่งเพิ่มเติมขึ้นมา ได้แก่ ผู้ช่วยผู้ควบคุมการผลิต ผู้ช่วยผู้ประพันธ์ ผู้เรียบเรียงเสียงประสานและผู้ผสมเสียง มีตำแหน่งของฝ่ายสร้างสรรค์ที่ไม่ปรากฏ คือ นักดนตรี เนื่องจากในยุคปัจจุบันมีเทคโนโลยีที่สามารถใช้คอมพิวเตอร์แทนเสียงดนตรีได้ สะดวกและประหยัดงบประมาณ เหมาะสมกับงานเพลงโฆษณาซึ่งเป็นพาณิชย์ศิลป์ อย่างไรก็ตามผู้วิจัยเห็นว่า เสียงดนตรีที่เกิดจากมนุษย์กับคอมพิวเตอร์ย่อมมีความแตกต่างกันทางด้านอารมณ์และจิตวิญญาณที่แฝงอยู่ในเสียงดนตรีนั้น

2. ขั้นตอนการผลิตงานตัวอย่าง

2.1 การสร้างสรรค์เพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณา

จากหลักการสร้างสรรค์เพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณาทั้งหมด 13 ข้อ พบว่าแต่ละบริษัทมีการหลักสร้างสรรคงานแตกต่างกัน

บริษัท ไทเทเนียม เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด มีหลักการสร้างสรรค์ เพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณา มันฝรั่งทอดกรอบ ตรา เลย์ กลิ่น หอยเชลล์อบเนยกระเทียม 4 ข้อ ได้แก่ 1.คำนึงถึงเรื่องราวและเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในภาพยนตร์โฆษณาจาก Story Board 2.ภาษาตรงไปตรงมา เข้าใจง่าย ใช้ภาษาอังกฤษผสมกับภาษาไทย เพื่อให้ภาษาเข้ากับแนวดนตรี 3.ใช้แนวดนตรี Hip-Hop ที่เหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย คือ วัยรุ่น 4.ใช้จังหวะที่มีความพิเศษในจุดที่เป็นคำร้องของชื่อสินค้า “เลย์” มีการเน้นย้ำร้องซ้ำ 3 รอบ ในท่อนสุดท้าย

บริษัทเอฟ ซี บี กรุงเทพ จำกัด มีหลักการสร้างสรรค์ เพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณา ลูกกี๊ ตรา โอรีโอ้ ชุด สนุกกับโอรีโอ้ 3 ข้อ ได้แก่ 1.คำนึงถึงเรื่องราว เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในภาพยนตร์โฆษณา โดยดูจาก Video Clip ภาพยนตร์โฆษณาโอรีโอ้ ฉบับภาษาอังกฤษ เนื่องจากต้องสร้างสรรค์คำในเนื้อเพลงภาษาไทยให้มีความหมายเหมือนหรือใกล้เคียงคำในเนื้อเพลงภาษาอังกฤษมากที่สุด 2.ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายของสินค้าที่เป็นกลุ่มเด็ก-วัยรุ่นตอนต้น(ช่วงประถม-มัธยมต้น) มีการเล่นคำเพื่อสร้างความรู้สึกลูกสนุกสนาน เช่น บิดดี้ ซิมซี จุ่มดี๊ เกี้ยวดี๊กลิ้งซี กองดี๊ เป็นต้น 3.ใช้แนวดนตรีElectro-Pop ที่มีลักษณะทำนองที่ฟังง่าย ดิดู เพลงมีการเน้นย้ำชื่อตราสินค้า “โอรีโอ้” 3 ครั้ง

บริษัทเมเจอร์ แอ็ดเวอร์ไทซิ่ง จำกัดมีหลักการสร้างสรรค์ เพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณา เลเซอร์เค้ก ตรา เอลเซ่ รสวานิลลา 6 ข้อ ได้แก่ 1.พิจารณาจากลักษณะของสินค้า สินค้าออกใหม่ ราคาถูก ชื่นละ 3 บาท 2.กลุ่มเป้าหมายของสินค้า คือ คนต่างจังหวัด จึงเป็นเพลงลูกทุ่ง เนื่องจากคนต่างจังหวัดคุ้นเคย 3.แนวทางการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค เหตุการณ์ในภาพยนตร์โฆษณาเกิดขึ้นที่ตลาด เนื่องจากคนต่างจังหวัดนิยมเดินเที่ยวและเลือกซื้อสินค้ากันที่

ตลาด 4.สถานการณ์หรือกระแสสังคม ช่วงนั้นรายการตีสิบช่วงคันดาราได้รับความนิยมสูง มักนำบุคคลที่มีใบหน้าและเสียงคล้ายนักร้องชื่อดังมาโชว์ จึงเกิดแนวคิดใช้นักแสดง Copy Show ในภาพยนตร์โฆษณา 5.กำหนดชื่อตราสินค้าในบทเพลงและใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายเพื่อให้เกิดการจดจำ มีการเน้นย้ำร้องชื่อตราสินค้าซ้ำถึง 7 ครั้ง 6.นำเสนอสิ่งใหม่ โดยการประยุกต์เนื้อเพลงลูกทุ่ง งานชิ้นนี้นับเป็นโฆษณาตัวแรกๆที่เริ่มใช้นักแสดง Copy Show มาแสดงในภาพยนตร์โฆษณา

2.2 การเรียบเรียงเสียงประสาน

บริษัท ไทเทเนียม เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ผู้ผลิตเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณามันฝรั่งทอดกรอบ ตรา เลย์ กลิ่นหอยเชลล์อบเนยกระเทียม จะทำการเรียบเรียงเสียงประสานของดนตรีเพื่อให้ได้เสียงตามความต้องการก่อนทำการนำเสนองานตัวอย่าง บริษัท เอฟซีบี กรุงเทพฯ จำกัด ผู้ผลิตเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณาคุกกี้ ตรา โอรีโอ้ ภาษาไทย ชุดสนุกกับโอรีโอ้ ไม่มีขั้นตอนการเรียบเรียงเสียงประสาน การเรียบเรียงเสียงประสานในกระบวนการผลิตเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณา เลเซอร์เค้ก ตรา เอลเซ่ รสวานิลลา จะอยู่ในขั้นตอนการผลิตงานจริงก่อนทำการบันทึกเสียง

2.3 การบันทึกเสียงเพลงตัวอย่าง

ขั้นตอนนี้มีเพียง 1 บริษัท เท่านั้น คือ บริษัท ไทเทเนียม เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ผู้ผลิตเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณามันฝรั่งทอดกรอบตรา เลย์ กลิ่นหอยเชลล์อบเนยกระเทียม ทำการบันทึกเสียงร้องประกอบเสียงดนตรีเป็นตัวอย่างให้ลูกค้าพิจารณา เนื่องจากบริษัทอยู่ในรูปแบบค่ายเพลงจึงมีสถานที่และอุปกรณ์ด้านการผลิตเพลงครบวงจร

2.4 การนำเสนองานตัวอย่าง

คุณชันเงิน เนื่อนวล ผู้ผลิตเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณามันฝรั่งทอดกรอบตรา เลย์ กลิ่นหอยเชลล์อบเนยกระเทียม บันทึกเสียงเพลงตัวอย่างแล้วส่งไฟล์นำเสนอให้บริษัทลูกค้าพิจารณาทาง E-mail คุณวศโคม รัศมีทัต ผู้ผลิตเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณา คุกกี้ ตรา โอรีโอ้ เวอร์ชัน ภาษาไทย ส่งไฟล์งานเนื้อเพลงภาษาไทยแบบเป็นลายลักษณ์อักษรให้บริษัทลูกค้าพิจารณาทาง E-mail คุณสุทธิพงษ์ ภูศิริฤทธิ์ เพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณา เลเซอร์เค้ก ตรา เอลเซ่ นำเสนองานโดยการร้องสดให้ลูกค้าฟังในที่ประชุม ผู้วิจัยเห็นว่าในขั้นตอนการนำเสนองานตัวอย่างนี้ ควรทำการบันทึกเสียงตัวอย่าง เหมือนการนำเสนองานเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณามันฝรั่งทอดกรอบตรา เลย์ กลิ่นหอยเชลล์อบเนยกระเทียม เนื่องจากสามารถสร้างความเข้าใจที่ตรงกันได้ชัดเจน

2.5 การขอซื้อลิขสิทธิ์ค่ายเพลง

ในขั้นตอนนี้มีเพียงบริษัท เมเจอร์ แอ็ดเวอร์ไทซิ่ง จำกัด ผู้ผลิตเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณา เลเซอร์เค้ก ตรา เอสเซ่ รสวานิลลา เท่านั้น เนื่องจากนำทำนองของเพลงลูกทุ่งชื่อดังมาดัดแปลงเนื้อร้องใหม่

3. ขั้นตอนการผลิตงานจริง

3.1 การบันทึกเสียง

บริษัท ไทเทเนียม เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ผู้ผลิตเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณา มั่นฝรั่งทอดกรอบ ตรา เลย์ กลิ่น หอยเชลล์อบเนยกระเทียม รับผิดชอบขั้นตอนการผลิตงานจริงด้วยตนเอง เนื่องจากบริษัทอยู่ในรูปแบบของค่ายเพลงซึ่งมีสตูดิโอบันทึกเสียง บริษัท เอฟซีบี กรุงเทพ จำกัด ผู้ผลิตเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณา ลูกกี้ ตรา โอรีโอ้ เวอร์ชันภาษาไทย ชุดสนุกกับโอรีโอ้ และบริษัท เมเจอร์ แอ็ดเวอร์ไทซิ่ง จำกัด ผู้ผลิตเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณา เลเซอร์เค้ก ตรา เอสเซ่ รสวานิลลา จะทำการส่งต่องานในส่วนนี้ไปให้บริษัทอื่นรับผิดชอบต่อ

3.2 การผสมเสียง

ในขั้นตอนการผสมเสียงแต่ละบริษัทก็จะมีวิธีการทำงานแตกต่างกัน บริษัท ไทเทเนียม เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ได้ติดต่อคุณสรารุช พรพิทักษ์สุข ซึ่งเป็นบุคลากรภายนอกบริษัทมารับผิดชอบงานส่วนนี้ บริษัท เอฟซีบี กรุงเทพ จำกัด และบริษัท เมเจอร์ แอ็ดเวอร์ไทซิ่ง จำกัด ทำการส่งต่องานในส่วนนี้ไปให้บริษัทอื่นรับผิดชอบ

3.3 การเลย์เสียง

หลังจากผลงานเพลงแล้ว บริษัทบีบีดีโอ กรุงเทพ จำกัด และบริษัท เมเจอร์ แอ็ดเวอร์ไทซิ่ง จำกัด นำเพลงไปใช้ในการถ่ายทำภาพยนตร์โฆษณา เพื่อกำหนดทิศทางของภาพยนตร์โฆษณา ทำทางของตัวแสดงให้ความสัมพันธ์กันกับเสียงเพลงก่อนนำมาเลย์เสียง แต่บริษัทเอฟซีบี กรุงเทพ จำกัด เข้าสู่ขั้นตอนการเลย์เสียงเลย โดยนำเพลงไปอิงกับภาพ จัดวางตำแหน่งของเสียงเรียกว่า “การเลย์เสียง” เพื่อให้เพลงกับภาพมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

3.4 การพิจารณาอนุมัติก่อนนำไปเผยแพร่

เมื่อได้ผลงานภาพยนตร์โฆษณาที่สมบูรณ์แล้ว แต่ละบริษัทต้องนำภาพยนตร์โฆษณาไปยื่นคำร้องขออนุญาตให้กองเผยแพร่และควบคุมการโฆษณาสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา พิจารณาข้อความหรือส่วนประกอบต่างๆที่จะใช้ในการโฆษณา โดยส่งข้อความเสียงหรือภาพที่จะโฆษณาให้เลขธิการคณะกรรมการอาหารและยาตรวจพิจารณาว่าชอบด้วยกฎหมายหรือไม่ หากทำการโฆษณาโดยไม่ขออนุญาตถือว่ามีความผิดและอาจถูกสั่งระงับการโฆษณาหรือลงโทษทางอาญาได้ เมื่อได้รับพิจารณาอนุญาต แล้วจึงส่งให้คณะกรรมการตรวจการพิจารณาการ

โฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์ และ สมาคมโฆษณาธุรกิจแห่งประเทศไทย ทำการพิจารณาร่วมกันอีกครั้ง เพื่อขออนุญาตนำภาพยนตร์โฆษณาออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ ขึ้นตอนนี้เรียกว่า “POST CENSOR” ซึ่งเป็นบริการของทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ ไม่มีค่าใช้จ่ายใดๆ จากนั้นจึงสามารถนำภาพยนตร์โฆษณาไปเผยแพร่ตามสื่อต่างๆได้

เพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณาของสินค้ามันฝรั่งทอดกรอบ ตรา เลย์ กลิ่น หอยเชลล์อบเนยกระเทียม คุณก็ ตรา โอรีโอ้ และเลเยอร์เค้ก ตรา เอลเซ่ รสวานิลลามีความยาว 30 วินาทีเหมือนกัน ภาพยนตร์โฆษณาทั่วไปมีความยาว 15,30,45,60 วินาที ถ้าเลือก 15 วินาที อาจน้อยไปสำหรับภาพยนตร์โฆษณาในรูปแบบเพลง อาจไม่มีประสิทธิภาพมากพอในการสื่อสาร ดังนั้น จึงเลือก 30 วินาที ถ้าเลือก 45,60 วินาที จะเปลืองงบประมาณ เพราะภาพยนตร์โฆษณาต้องซื้อเวลาเพื่อออกอากาศในราคาสูง ซึ่งสถานีโทรทัศน์แต่ละระบบมีอัตราค่าโฆษณาแตกต่างกันขึ้นอยู่กับ Rating จำนวนผู้รับชม ดังภาพข้อมูลแสดงอัตราค่าโฆษณาจากสถานีโทรทัศน์ช่องไทยรัฐทีวี ดังนี้



ภาพที่ 38 อัตราค่าโฆษณาของช่องทีวี

ดังภาพแสดงข้อมูลอัตราค่าโฆษณาปี 2557 สถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัล ราคา 5,000-100,000 บาท ต่อนาที สถานีโทรทัศน์ระบบอนาล็อก 100,000-500,000 บาท ต่อนาที สถานีโทรทัศน์ระบบดาวเทียมและระบบเคเบิล ราคา 5,000-50,000 บาท ต่อนาที โดยแต่ละช่วงเวลาการออกอากาศรายการโทรทัศน์ของแต่ละสถานีมีอัตราค่าโฆษณาแตกต่างกัน ช่วงเวลา Prime time คือ ช่วงเวลาที่มียอดผู้ชมจำนวนมากอัตราค่าโฆษณาจึงมีราคาสูงสุด ดังภาพแสดงข้อมูล



ภาพที่ 39 อัตราค่าโฆษณาในระบบอนาล็อก

จากภาพแสดงข้อมูลผลสำรวจอัตราค่าโฆษณาปี2557 สถานีโทรทัศน์ระบบอนาล็อกจากไทยรัฐออนไลน์จะเห็นได้ว่าแต่ละช่วงเวลาของแต่ละช่องจะมีอัตราค่าโฆษณาที่แตกต่างกัน ช่วงเวลา 19.00-22.00 น. คือ ช่วงเวลาPrime time สถานีโทรทัศน์ช่อง3และช่อง5 อัตราค่าโฆษณาราคา 480,000 บาท ต่อนาที ช่อง7 อัตราค่าโฆษณา 500,000 บาท ต่อนาที และช่อง Mcot อัตราค่าโฆษณา ราคา 380,000 บาท ต่อนาที ช่วงเวลา 22.00-24.00 น. สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 อัตราค่าโฆษณา ราคา 430,000 บาท ต่อนาที ช่อง5 อัตราค่าโฆษณา ราคา 380,000 บาท ต่อนาที ช่อง7 อัตราค่าโฆษณา ราคา 390,000 บาท ต่อนาที และช่อง Mcot อัตราค่าโฆษณา ราคา 320,000 บาท ต่อนาที ซึ่งรายการโทรทัศน์แต่ละรายการก็จะมีอัตราค่าโฆษณาที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับ Rating ของรายการ ยิ่งรายการไหนมีRating สูง มียอดผู้ชมรายการจำนวนมาก อัตราค่าโฆษณาก็จะสูงขึ้น เช่น รายการทางสถานีโทรทัศน์ช่อง3 รายการข่าวเรื่องเด่นเย็นนี้ อัตราค่าโฆษณา ราคา 200,000 บาท ต่อนาที ชุมชนนิมนต์เยี่ยม 330,000 บาท ต่อนาที รายการทางสถานีโทรทัศน์ช่อง7 รายการการ์ตูนช่วงเช้าวันอาทิตย์ เวลา 07.30 น. อัตราค่าโฆษณา ราคา 150,000 บาท ต่อนาที รายการข่าวภาคค่ำช่วงที่1 อัตราค่าโฆษณา ราคา 200,000 บาท ต่อนาที เป็นต้น (SupotNTV, ออนไลน์)

เพลงจึงมีเนื้อหาสั้นกระชับ เข้าใจง่าย ได้ใจความทุกคำ นำเสนอเรื่องราวในรูปแบบที่แตกต่างกัน ภาพยนตร์โฆษณามันฝรั่งทอดกรอบ ตรา เลย์ กลิ่น หอยเชลล์อบเนยกระเทียมมีทั้งหมด 27 Shotเหตุการณ์เกิดขึ้นที่ทะเล เพื่อให้เข้ากับรสชาติของสินค้าที่ออกวางจำหน่ายในช่วงฤดูใช้ 2 ฟรีเซ็นเตอร์ นักแสดงชื่อดัง แบร์รี่ ณเดชน์ ภูภูมิยะ และญาญ่าอุรัสยา เสปอร์บันด์ ทำหน้าที่ขับร้องและแสดงนำในภาพยนตร์โฆษณา ใช้เทคนิคการถ่ายทำดี ภาพสวย ดึงดูดความสนใจของผู้รับสารได้ดี ใช้ต้นทุนในการผลิตสูง และมีทุนในการซื้อสื่อเพื่อโฆษณาสินค้าสูง ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์หลายช่องและหลายช่วงเวลาโดยเฉพาะช่วงPrime time ที่มียอดผู้รับชมจำนวนมาก และที่มีอัตราค่าโฆษณาสูงสุดเนื่องจากตราสินค้า “เลย์” เป็นสินค้าระดับสากล มีจำหน่ายทั่วโลก โดยในประเทศไทย มันฝรั่งทอดกรอบ ตรา เลย์ มีราคาจำหน่ายตั้งแต่ 5-60 บาท ต่อซอง เป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมสูงและเป็นผู้นำทางการตลาดด้วยส่วนแบ่งถึง 75% ดังข้อมูลจากฐานเศรษฐกิจ ภาพยนตร์โฆษณาคุณก็ ตรา โอรี โอ้ เวอร์ชั่น ภาษาไทย ชุค สนุกกับ โอรี โอ้มีทั้งหมด 37 Shot นำเสนอเรื่องราวในรูปแบบแอนิเมชัน (Animation) สีสันสดใสเหมาะกับกลุ่มเป้าหมายใช้เทคนิคพิเศษในการถ่ายทำ ภาพสวย ดึงดูดความสนใจได้ดี ใช้ต้นทุนในการผลิตสูง และมีทุนในการซื้อสื่อเพื่อโฆษณาสินค้าสูง ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์หลายช่องและหลายช่วงเวลาโดยเฉพาะช่วง Prime time ที่มียอดผู้รับชมจำนวนมากและที่มีอัตราค่าโฆษณาสูงสุดเนื่องจากคุณก็ตรา “โอรี โอ้” มีราคาจำหน่ายหลายราคาตั้งแต่ 5-100 บาทขึ้นไป เป็นสินค้าระดับสากล มีจำหน่ายทั่วโลกและได้รับความนิยมสูงขายดีที่สุดในตลาดที่ 20 ทำยอดขายทั่วโลกเมื่อปีที่แล้วกว่า 1,500 ล้านดอลลาร์ ดัง

ข้อมูลจากมติชน ภาพยนตร์โฆษณาเลเซอร์เค้ก ตรา เอสเซ่ รสวานิลลามีทั้งหมด 34 Shotเหตุการณ์เกิดขึ้นที่ตลาด ไม่ได้ใช้เทคนิคพิเศษถ่ายทำแบบธรรมดาทั่วไป ใช้นักแสดง Copy Show นักร้องลูกทุ่งชื่อดังออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์เฉพาะช่อง Mcot รายการการ์ตูนMcot ช่วงเช้า วันเสาร์-อาทิตย์ เพื่อทำการสื่อสารโดยตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็กและคนต่างจังหวัด เนื่องจากสินค้ามีจำหน่ายเฉพาะในประเทศไทย ราคาเพียงซองละ 3 บาท ซึ่งเหมาะกับกลุ่มเด็กและกลุ่มคนต่างจังหวัด โดยรสวานิลลา ได้รับความนิยมและมียอดขายสูงกว่ารสชาติอื่น ดังที่คุณสุทธิพงษ์ ภูศิริฤทธิ์ ตำแหน่ง Creative Grouphead บริษัทเมเจอร์ แอ็ดเวอร์ไทซิ่ง จำกัด ผู้สร้างสรรค์เพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณา เลเซอร์เค้ก ตรา เอสเซ่ กล่าวว่า “เอสเซ่ รสวานิลลา มียอดขายที่ดีที่สุด ในบรรดาขนมเอสเซ่รสชาติอื่น”

เพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณาทั้ง 3 สินค้า เป็นเพลงประเภทจึงเกิดเหมือนกัน มีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้แก่สินค้า ผิดขึ้นมาเพื่อสินค้าประเภทนั้น โดยเฉพาะ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยจากบริษัท อีปซอสส์ (ไทยแลนด์) จำกัด บริษัทที่ให้บริการด้านการวิจัยทางการตลาดโฆษณา และแบรนด์ ลอยด์ดี อันดับ 3 ของโลก ที่เผยแพร่วิจัย Secrets of Effective TV Advertising เพื่อหาคำตอบของไอเดียโฆษณารูปแบบยอดฮิตประเภทต่างๆ พบผลการวิจัยดังนี้ คือ ด้านโฆษณาที่ใช้เสียงเพลงเป็นตัวดำเนินเรื่อง การเชื่อมโยงกับแบรนด์สินค้านำไปถึงความเชื่อถือในตัวสินค้าจากการเห็นโฆษณาเรื่องนั้นๆ โฆษณาที่ใช้เสียงเพลงจะให้คะแนนที่ดีกว่าและมีคะแนนในดัชนีการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและสามารถสร้างพฤติกรรมการซื้อได้ใกล้เคียงกันและเมื่อสำรวจลึกลงไปถึงการใช้เพลงในรูปแบบต่างๆ พบว่าเพลงที่ใช้ประกอบโฆษณาซึ่งถูกแต่งขึ้นเพื่อใช้กับแบรนด์นั้น โดยเฉพาะมีคะแนนที่สูงทั้งการสร้างการจดจำ การเชื่อมโยงถึงแบรนด์ความน่าเชื่อถือตลอดจนถึงการสร้างพฤติกรรมการซื้อสินค้า

ดังข้อมูลผลการวิจัยที่กล่าวมาทั้งหมดนั้น ทำให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ๆด้านการผลิตเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณา ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปประยุกต์ใช้ต่อไปในอนาคต สำหรับผู้ที่มีความสนใจและมีความต้องการงานด้านเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณา และเพลงโฆษณา ในการผลิตเพลงประกอบโฆษณานั้นควรแต่งเพลงขึ้นใหม่เพื่อใช้กับสินค้าแบรนด์นั้นๆ โดยเฉพาะ เนื่องจากเพลงที่ใช้ประกอบโฆษณาซึ่งถูกแต่งขึ้นเพื่อใช้กับแบรนด์โดยเฉพาะนั้น สามารถสร้างการจดจำ การเชื่อมโยงถึงแบรนด์ความน่าเชื่อถือตลอดจนถึงการสร้างพฤติกรรมการซื้อสินค้าได้มากกว่าการนำเพลงที่มีอยู่แล้วมาใช้ในงานโฆษณา เพราะเมื่อเวลาผ่านไปเพลงเหล่านั้นจะค่อยๆถูกลดความนิยมลง ดังผลการวิจัยผลวิจัย Secrets of Effective TV Advertising จากบริษัท อีปซอสส์ (ไทยแลนด์) จำกัด เพื่อให้ได้เพลงที่มีคุณภาพและมีประสิทธิภาพในการสื่อสาร สร้างการจดจำ ตลอดจนถึงการสร้างพฤติกรรมการซื้อสินค้าเพื่อให้สินค้า มียอดขายสูง

และเป็นผู้นำทางการตลาด อย่างมันฝรั่งทอดกรอบ ตรา เลย์ กลิ่น หอยเชลล์อบเนยกระเทียม ลูกกี
ตรา โอรี โอ้ และเลเยอร์เค้ก ตรา เอลเซ่ รสวานิลลา ที่ผู้วิจัยนำมาเป็นตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้นำเสนอภาพยนตร์โฆษณา เสียงประกอบ และเพลงประกอบภาพยนตร์
โฆษณา มันฝรั่งทอดกรอบ ตรา เลย์ กลิ่น หอยเชลล์อบเนยกระเทียม ลูกกี ตรา โอรี โอ้ และเลเยอร์
เค้ก ตรา เอลเซ่ รสวานิลลา ได้ในแผ่นวีดีทัศน์ที่แนบมาในเล่ม

ข้อจำกัดในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยไม่ได้เข้าไปมีส่วนร่วมสังเกตการณ์ในขั้นตอนการผลิตของ
กระบวนการผลิตขนมขบเคี้ยวที่คัดสรร และกิจกรรมดังกล่าวของเรื่องที่ทำการศึกษาได้เสร็จสิ้นไป
เรียบร้อยแล้วก่อนทำการศึกษา

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ในการทำวิจัยครั้งต่อไปควรมีการเก็บรายละเอียดของข้อมูลในทุกๆขั้นตอนให้ได้
ครบถ้วนและมากที่สุด โดยเฉพาะขั้นตอนหลังการผลิตซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในกระบวนการผลิตเพลง
ประกอบภาพยนตร์โฆษณา ในขั้นตอนหลังการผลิตนี้บริษัทผู้รับผลิตเพลงประกอบภาพยนตร์
โฆษณาหรือบริษัทตัวแทนโฆษณา(Agency) จะมีการส่งต่องานในส่วนนี้ให้บริษัทภายนอก
รับผิดชอบต่อ ซึ่งผู้วิจัยควรติดตามและเก็บข้อมูลในส่วนนี้ให้ครบถ้วนเพื่อความสมบูรณ์ในเนื้อหา
ทางการวิจัย และควรมีการวิจัยกระบวนการผลิตเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณา สินค้าประเภทอื่น
เพิ่มเติม เช่น สินค้าประเภท เครื่องดื่ม ครีมน้ำแข็ง รสชาติ สถาบันทางการเงิน ร้านอาหารเป็นต้น
เพื่อนำผลการวิจัยสินค้าประเภทอื่นมาวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบกับผลการวิจัยครั้งนี้ อันจะทำให้
ทราบว่ากระบวนการผลิตเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณาในสินค้าประเภทอื่นมีลักษณะขั้นตอนที่
เหมือนกันหรือมีความแตกต่างกันกับสินค้าประเภทขนมขบเคี้ยวอย่างไร เพื่อความหลากหลายและ
เพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ๆทางการวิจัย อันจะเป็นประโยชน์ในการสร้างสรรค์ผลงานเพลงประกอบ
ภาพยนตร์โฆษณาที่ดีและมีประสิทธิภาพต่อไป